Netativismo e a Representação das Mobilizações Sociais em Redes Digitais no Jornalismo[1]

Lorena TABOSA[2]
Juliano Mendonça DOMINGUES-DA-SILVA[3]
Universidade Católica de Pernambuco, Pernambuco, PE

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo investigar a representação das mobilizações sociais online, especificamente aquelas que se manifestam em sites de redes sociais, a exemplo do objeto de estudo deste trabalho – o movimento "Marcha das Vadias – Recife" –, no jornalismo. O que nos interessa examinar é a influência do netativismo na produção jornalística e como se dá a relação entre os ativistas e o jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; cibercultura; netativismo; jornalismo; mobilização social.

1. Introdução

A presente pesquisa pretende investigar as relações entre os diversos fenômenos comunicacionais em redes digitais, procurando se aproximar de tais fenômenos a partir do processo de mobilizações sociais online. Dessa maneira, pretendemos contribuir para o fomento da pesquisa abrangendo dois campos do conhecimento em comunicação: ativismo na internet - e aqui iremos nos apropriar do termo "netativismo" trabalhado por Di Felice (2011) – e o jornalismo. Mais especificamente, pretende-se investigar as relações entre netativismo e jornalismo, a fim de avaliar influências e dependências entre eles.

2. Cibercultura, "cidadão monitor" e jornalismo em tempos de Internet

Em tempos de comunicação em rede, é plausível apontar que os conceitos de tempo e espaço vêm passando por transformações que levam, como não poderia deixar de ser, a

[1] Trabalho apresentado na Divisão Temática Rádio, TV e Internet, da Intercom Júnior – IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

[2] Graduada em 2012 no Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unicap, email: lorenatabosa@gmail.com

[3] Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unicap, email: juliano@unicap.br

mudanças de comportamento nos indivíduos (MININNI, 2008). Isso é facilmente observado no que diz respeito aos encontros. Os grupos de pessoas marcam seus encontros *online*, em chats, salas de jogos virtuais e grupos em sites de redes sociais, ao contrário dos cafés e parques de duas gerações atrás. Muito disso deve-se à inserção de dispositivos móveis, como os smartphones e os tablets, e da internet em ondas (*wireless*) no cotidiano da sociedade. Mas mesmo antes, quando só havia os computadores pessoais, já se observava a emergência do que Lévy (1999, p. 94) chama de ciberespaço, que seria "o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores".

Compartilhando a ideia de que a internet permite uma hibridização entre espaço, corpo e informação, Lévy (1999, p.51) aponta o ciberespaço como um ambiente livre de fronteiras espaçotemporais:

> O ciberespaço encoraja um estilo de relacionamento quase independente dos lugares geográficos (telecomunicação, telepresença) e da coincidência dos tempos (comunicação assíncrona). Não chega a ser uma novidade absoluta, uma vez que o telefone já nos habituou a uma comunicação interativa. Com o correio (ou a escrita em geral), chegamos a ter uma tradição bastante antiga de comunicação recíproca, assíncrona e a distância. Contudo, apenas as particularidades técnicas do ciberespaço permitem que os membros de um grupo humano (que podem ser tantos quantos se quiser) se coordenem, cooperem, alimentem e consultem uma memória comum, e isto quase em tempo real, apesar da distribuição geográfica e da diferença de horários.

No contexto atual de dispositivos móveis e internet *wireless*, a sociedade em si estaria passando por um processo de virtualização, sob o qual estamos conectados todo o tempo e em qualquer lugar – interconectados. Para McQuail (2003, p. 124), trata-se de um fenômeno que resulta em dependência, pois a tecnologia aparece em praticamente todos os aspectos da vida, em especial quando "a actividade humana é substituída pela informatização".

Mas indo além da ideia de que somos dependentes da rede, é preciso estabelecer e admitir que a internet possui linguagem própria, formando um novo tipo de cultura, a cibercultura, que pode ser definida como a cultura do espaço virtual, "[...] onde as relações virtuais intermediadas por computadores acontecem" (ROCHA, 2006, p.106). A cibercultura estaria, então, modificando campos de interação dos mais diversos, possibilitando novas jogadas de empreendedorismo e facilitando as discussões comunitárias, que podem aqui ser representadas pelo nosso objeto de estudo. Mininni (2008, p. 204-205) levanta a ideia de que a grande modificação foi a aproximação do

conceito de diálogo. Desde a escrita, a humanidade estaria lidando com um "eixo monológico", pois a mediação realizada por qualquer que fosse a tecnologia deixaria tênue o processo dialógico.

A nova mídia, nascida do que Mininni chama de "encontro entre o telefone e o computador", estaria construindo sentido aos enunciados de forma interativa, de modo que emissor e receptor de completam em um diálogo. Esse fenômeno tem repercussão, claro, nos meios de comunicação de massa. No início do processo de transformação do eixo monológico para o dialógico, observou-se a mudança na plataforma utilizada para o diálogo entre o jornal impresso e o leitor, que passou a escrever e-mails ao jornal, e não mais cartas, para comentar as notícias do dia. A partir dos anos 2000, com a popularização de portais de notícias na web, o diálogo entre leitor e jornalista, autor do texto, passou a acontecer de modo praticamente imediato através do recurso de comentários, disponível nas páginas de grande parte dos portais. Rocha (2006, p. 102) define esse processo de diálogo como um divisor de águas na produção jornalística.

> [...] a chamada sociedade em rede tem implicações muito significativas em torno da consolidação das comunidades virtuais, que, por sua vez, interagem no ciberespaço como uma extensão do seu universo real e concreto. Essa intervenção social é de relevância extrema para o jornalismo contemporâneo, pois nunca houve tamanha interferência na produção de jornalismo como se tem hoje com as ferramentas de e-mail, chats e fóruns e, com maior ênfase, os blogs. O jornalista está em conexão permanente com seus leitores. O tempo real das relações na Internet também reconfiguram a noção de tempo e espaço na rotina de uma redação.

A conexão constante com o público de que fala Rocha (2006) é uma característica cada vez mais estimada pelos leitores do webjornalismo. Isso cria a ideia de pertencer, de "fazer parte", de colaborar, indispensável para a chamada mídia participativa que, por sua vez, dá origem a um crescente apelo às ferramentas da rede por parte daqueles que se sentem pouco representados na mídia tradicional (jornal, revista, rádio, televisão). O computador se torna o *media* da voz coletiva, elevando esta voz em muitos decibéis. É o que Joe Trippi aponta como "era da delegação de poder":

> Se informação é poder, então esta nova tecnologia – a primeira a distribuir informação de forma justa – está realmente distribuindo poder. O poder está se deslocando das instituições que sempre governaram de cima para baixo, sonegando informações, dizendo como devemos cuidar de nossa vida, para um novo paradigma de poder, distribuído democraticamente e compartilhado por todos nós. (citado em JENKINS, 2009, p. 290)

Através da chamada Comunicação Mediada por Computador (CMC), que seria a troca de mensagens e informações entre usuários da internet (BELL, D.LOADER, PLEACE, SCHULER, 2004), estaria se desenvolvendo uma comunidade específica da web: a comunidade virtual. Para McQuail (2003, p. 135), a comunidade virtual seria formada por um grupo de indivíduos, de qualquer quantidade, com interesses em comum. Tais interesses podem ir desde séries de TV a questões que envolvem características semelhantes entre os membros da comunidade, como orientação sexual.

> As condições típicas para a formação de uma comunidade virtual parecem incluir um estatuto minoritário, dispersão física dos membros e um certo grau de intensidade de interesses. Pode considerar-se que a CMC oferece possibilidades para uma comunicação motivada e interactiva não disponíveis nos media de massas nem no ambiente físico imediato.

A partir da ideia de comunidade virtual, um ponto a ser discutido é o discurso político na web. Com a chegada e popularização dos sites de redes sociais, os grupos de indivíduos encontraram um espaço aberto e, teoricamente, livre para manifestarem opinião. Desse modo, é possível observar novas condições no papel do público nessas questões, uma vez que os sujeitos se manifestam e se organizam através desses sites. É o que podemos chamar de democracia eletrônica (McQuail, 2003). Observa-se que este conceito se delineia, com o acesso permitido (apesar de não completamente difundido) dos indivíduos às redes sociais, por exemplo. Como McQuail (2003, p. 140) aponta: "Não é necessário ser rico nem poderoso para ter presença na *World Wide Web*".

Para Dantas (2011, p. 6), o webjornalismo, com a necessidade de atualização contínua, estimula que os jornalistas busquem informações por outros meios, como as redes sociais. Isso estaria favorecendo o diálogo entre leitor e autor, desencadeando a maior participação do público na produção de conteúdo noticioso.

> A figura do público como uma massa passiva dá lugar a uma audiência participativa. Muito além da interação reativa descrita por Primo (2011), as redes sociais forçam as empresas jornalísticas a participarem de um novo jogo de forças em que a audiência tem mais do que o simples poder do controle remoto ou da assinatura. Tem o poder da palavra e a possibilidade de ganhar visibilidade.

Tal fenômeno democrático de passagem para uma audiência participativa poderia ser considerado como uma organização da inteligência coletiva, conceito trabalhado por Lévy (1999, p. 29): "O ciberespaço como suporte da inteligência coletiva é uma das principais condições de seu próprio desenvolvimento". Jenkins (2009, p. 30) aponta que a

> inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. Estamos aprendendo a usar esse poder em nossas interações diárias dentro da cultura da convergência. Neste momento, estamos usando esse poder coletivo principalmente para fins recreativos, mas em breve estaremos aplicando essas habilidades a propósitos mais sérios.

Os grupos que, em geral, não possuem espaço na mídia tradicional, ao se utilizarem de perfis e páginas em sites de redes sociais, a exemplo do Facebook, podem ativar o debate entre seus membros e tomar decisões coletivas acerca do próximo passo do movimento social. O que havia sido criado com o objetivo de ampliar a rede de relacionamentos dos cidadãos acaba aproximando a rotina dos indivíduos dos discursos políticos. É plausível, portanto, aplicar às redes sociais o "conceito cooperativo do cidadão monitor", proposto por Jenkins (2009, p.287), através do qual se substitui a informação solitária de um indivíduo pelo saber e poder coletivos, a fim de mobilizar forças para galgar transformações de ordem governamental. Para Di Felice (2012, p. 32),

> [...] se torna imprescindível que toda rede seja uma estrutura aberta capaz de se expandir ilimitadamente, agregando sempre novos nós e indivíduos aptos a se comunicarem através de um código comum e, por isso mesmo, considerados pertinentes a lógica do sistema. Assim sendo, a presença na rede (ou a ausência dela), a maneira como uma rede se relaciona com as demais, são fatores fundamentais para o estabelecimento de relações de dominância e para a transformação social.

Sendo assim, observa-se, em crescimento constante, a organização dos indivíduos na web a fim de pleitear transformações de cunho social, como é o caso da "Marcha das Vadias – Recife", nosso objeto de estudo. Nesse contexto de junção entre os elementos da CMC e a mobilização social, investiga-se a formação e propagação de um novo tipo de ativismo, o ativismo na internet.

3. Ativismo na Internet e agenda-*setting* às avessas

Com o desenvolvimento das mídias pessoais, através das quais os indivíduos são capazes de criar redes colaborativas, como os sites de redes sociais, podemos observar a passagem do modelo de comunicação dos media tradicionais (rádio, televisão, jornal), no qual emissor e receptor desempenhavam papéis distintos e o receptor era, em geral, passivo,

para um novo, o da democracia eletrônica. Di Felice (2008, p. 18) aponta que essa é a "passagem de uma lógica e uma prática de participação de massa receptiva para uma lógica e uma prática de participação individual e ativa".

A passagem para um contexto de participação ativa do público – os chamados "usuários" –, especificamente no que tange ações sociais online, traz à luz o conceito de ativismo na internet, ou ciberativismo. Como aponta Pereira (2010, p. 5), ciberativismo seria o "ativismo nascido e organizado na internet, pelo qual utiliza o alcance das arquiteturas informativas da rede para difundir informação, promover a discussão coletiva de ideias e a proposição de ações, criando canais de participação".

Di Felice (2012, p. 34-35) vê no ciberativismo uma ferramenta para o desenvolvimento de organizações voltadas para causas sociais, pois através da web podem difundir informações e atrair colaboradores para a causa, promovendo a "discussão coletiva de ideias e a proposição de ações, criando canais de participação". Mas aqui vamos utilizar o termo netativismo, como também define Di Felice (2012, p. 28):

> [...] a expressão "netativismo" pretende sintetizar esses novos aspectos da opinião pública, atravessando, assim, dois campos de estudo – a comunicação e a sociologia – relativos à teoria da comunicação na época digital e às teorias sociológicas, abrangendo desde a função social da mídia aos processos de transformações das práticas de participação política na sociedade contemporânea.

A escolha pelo termo netativismo, que é uma abreviação de *Network-ativismo*, se deu pela necessidade de construir esta pesquisa em torno das interações entre sujeitos, informação e tecnologia, e dos processos de ação social realizados de forma colaborativa, e não individual e unidirecional. Di Felice (2012, p. 36) acredita que os movimentos sociais dispostos como netativismo são caracterizados por desencadear um sentimento de identidade nos usuários da rede, de modo que realizam ações sociais a fim de suprir as reivindicações comuns a estes indivíduos, "como a democracia, equidade, consumo consciente, sustentabilidade etc". Associados ao grande potencial colaborativo das redes digitais da Web 2.0 – caracterizada por conexão em alta velocidade e circulação de informações em diversos formatos (áudio, vídeo, imagem etc.) –, os "netativistas" teriam nas redes sociais um espaço amigável e propício ao debate e à organização social.

A partir da ideia de que a interação entre os indivíduos nas redes sociais se dá através de uma dinâmica de livre participação, já é possível observar o crescimento da utilização dessas redes como canal para a mobilização e ação sociais. Com a multiplicação de ações cidadãs em rede nos últimos anos, observa-se também a passagem de um contexto

antropocêntrico, no qual os indivíduos se mobilizavam através da presença física, para outro, mediado pela tecnologia (DI FELICE, 2012, p. 41).

Nesse novo contexto comunicacional de hibridismo entre emissor e receptor e de configuração do leitor-autor, a prática jornalística também se modifica. Com a criação de conteúdo informativo por parte do usuário nas redes sociais, a produção jornalística profissional se viu obrigada à coexistência com a amadora e isso vem acarretando certa concorrência pela audiência (DANTAS, 2011).

Desse modo, ao fazermos uma relação entre netativismo e jornalismo, é importante investigar se estamos vivenciando um agenda-*setting* às avessas. Ferreira (2001, p. 111-112) explica que a teoria do agenda-*setting*

> [...] constrói sua hipótese afirmando que a influência não reside na maneira como os mass media fazem o público pensar, mas no que eles fazem o público pensar. Há um deslocamento na imposição dos efeitos dos mass media de como pensar para o que pensar. Se, de um lado, a teoria crítica ressaltava a massificação pelo que os mass media não levavam as pessoas a pensar, de outro, o agendamento constrói a massificação como resultado daquilo que eles vão pensar.

Essa "agenda midiática" se torna, então, geradora de temas para as relações entre os indivíduos, que passam a viver conforme o que é proposto e exposto pelos produtos midiáticos. Ferreira (2001, p. 112) aponta que o efeito do agendamento é cumulativo, pois "pode-se observar uma sociologia cognitiva, onde os indivíduos adquirem sua visão de mundo proveniente da agenda estipulada, ao longo do tempo, pelos mass media". Shaw (1979, 96, 101, apud WOLF, 2003) define:

> A hipótese do agenda-*setting* não defende que os *mass media* pretendam persuadir [...]. Os *mass media*, descrevendo e precisando a realidade exterior, apresentam ao público uma lista daquilo sobre o que é necessário ter uma opinião e discutir. O pressuposto fundamental do agenda-*setting* é que a compreensão das pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos *mass media*. [*grifo do autor*]

No contexto atual, por outro lado, com a diminuição da necessidade de mediação da informação trazida pela popularização de redes colaborativas na web, o processo de agendamento pode estar avançando no caminho inverso. Se um indivíduo sozinho pode relatar um acontecimento qualquer em seu perfil em um site de rede social pouco depois de ocorrido o fato, ele não apenas se torna um produtor de notícias, mas também uma fonte jornalística (DANTAS, 2011, p. 7).

No caso de manifestações de netativismo em redes sociais que passam à realidade tangível através de movimentos presenciais, a exemplo do nosso objeto de estudo, que promove um evento anual entre seus membros, observa-se uma tendência ao agendamento às avessas. Isso porque os movimentos se tornam pautas para os media, assim como a página/perfil em redes sociais se torna fonte de informações para o jornalista. Para Jenkins (2009, p. 291), é "mais provável que novas ideias e pontos de vista alternativos surjam no ambiente digital, mas a mídia comercial vai monitorar esses canais, procurando conteúdos que possam cooptar e circular".

4. Metodologia e análise dos dados

O grupo "Marcha das Vadias – Recife" foi criado em 2011 a partir do movimento *Slut Walk*, originário do Canadá e nascido a partir de um comentário de um policial, que associou a violência do estupro sofrida pelas mulheres às roupas que elas usam. O movimento procura defender o direito das mulheres de ir e vir, de controlarem o que acontece com seu próprio corpo e, sobretudo, defende o fim da violência sexual contra as mulheres. O primeiro evento, ou a primeira Marcha, foi realizado no dia 11 de junho de 2011. Depois disso, o grupo no Facebook permaneceu ativo, com o objetivo de manter o diálogo entre os manifestantes sobre o tema, além de se servir como base de organização para os próximos eventos.

Para investigar a influência do netativismo da Marcha das Vadias – Recife no jornalismo, e vice-versa, e a presença de indícios de um agenda-*setting* às avessas em relação à cobertura jornalística do nosso objeto de estudo, a "Marcha das Vadias – Recife", a pesquisa utilizou como dados 12 publicações da página da "Marcha das Vadias – Recife" no Facebook que faziam menção à cobertura jornalística do evento anual do movimento, ocorrido no dia 26 de maio de 2012. Foram analisadas as publicações postadas entre os dias 21 e 27 de maio deste mesmo ano, por serem referentes à semana de realização do evento.

Tendo em vista que a coleta de dados e a análise do problema demandaram o uso do método de investigação qualitativo, a pesquisa partiu de um hibridismo entre a análise de discurso inglesa disposta por Manhães (2011, p. 307), que seria "a identificação da pessoa que conduz a narrativa dos acontecimentos ou que constrói proposições para os interlocutores, mediante a compreensão das regras e dos mecanismos linguísticos que utiliza para alcançar seus objetivos", e a netnografia proposta por Rocha e Montardo (2005,

p. 4): "uma das ferramentas metodológicas capazes de proporcionar o acesso dos pesquisadores da área às caracterizações específicas da contemporaneidade, sobretudo a virtualidade, a desmaterialização e a digitalização de conteúdos, formas, relacionamentos, produtos e etc".

Com base nas teorias apresentadas nos capítulos anteriores, observamos que na publicação 1[4], realizada no dia 22 de maio, há a preocupação dos representantes do movimento em legitimar o ato através da mídia tradicional, como demonstra a criação e divulgação de um *press-release* (informações passadas com antecedência aos jornalistas, em formato de texto, sobre determinado evento que se julgue digno de cobertura jornalística). Também é possível inferir a abertura ao diálogo entre os membros, através dos comentários, sobre o conteúdo do texto divulgado, de igual para igual, sem hierarquia política definida entre esses membros. Observa-se que não há intermediários no movimento, cada indivíduo tem o direito de opinar de forma equiparada aos demais. Indo além, vemos ainda a configuração dos membros do grupo como mediadores entre o movimento em si e a mídia.

Na publicação 2, temos o acompanhamento, por parte dos membros do grupo, da repercussão que a divulgação das informações sobre o evento gerou na mídia. Trata-se de um indício do que chamamos de agenda-*setting* no sentido contrário, uma vez que o movimento estaria pautando a discussão midiática. Apesar de observada a presença do agendamento às avessas, percebe-se também, ainda na publicação 2, a dependência mútua entre o movimento e o jornalismo, indicativo de um agendamento "tradicional". O primeiro, e implicitamente confirma-se isso quando as usuárias utilizam expressões que indicam aprovação no texto da publicação ("Lindas Vadias"; "registrar a confecção"; "Massa!") e pelo fato de cinco membros do grupo terem "curtido" a postagem, recebe o atestado de veracidade e seriedade diante do público quando se torna pauta da discussão midiática, ou seja, quando vira notícia. O jornalismo, por sua vez, precisa de novidades para alimentar a necessidade de publicar notícias e de dar "furos" de reportagem, fechando o ciclo de dependência mútua.

Ainda sobre o acompanhamento que os membros do grupo dedicaram à cobertura jornalística do evento, é interessante verificar na publicação 3 a real legitimação que o movimento parece ter ganhado entre os próprios membros através de uma reportagem

[4]As publicações podem ser acessadas através de seus respectivos links, dispostos nas Referências (p. 14-15).

publicada no jornal Diario de Pernambuco. A reportagem aparece como um fortalecedor às intenções sociais do movimento, assim como àquelas pessoais de cada membro, como vemos a partir de um comentário de um membro da página: "Eu deixo de ser dentista (e olhe que eu gosto que só de ser dentista, mas pra ganhar dinheiro e me sustentar como ativista, ô sonho!)". É possível inferir, então, que a partir do momento que o movimento cresce perante a mídia, ele cresce também perante seus membros e entre os indivíduos que são membros em potencial, fortalecendo politicamente o movimento e permitindo que este se torne uma opção de vida e trabalho para os ativistas.

Quando nos voltamos para a publicação 4, percebemos que o que foi observado anteriormente sobre o movimento pautar a discussão midiática se confirma e vai além, pois também novamente nota-se a presença do agendamento tradicional: a mídia estabelecendo a rotina de discussão entre os indivíduos, mesmo que o resultado disso não seja positivo para os produtos midiáticos. Na publicação, os membros do grupo debatem acerca de erros na cobertura feita pela mídia e alegam que a imprensa foi ineficiente em divulgar o evento, errando a data de sua realização.

Ora, para atingir ambos os resultados – de encontrar erros e de julgar a cobertura como ineficiente –, foi preciso monitorar atentamente os caminhos percorridos pelo jornalista ao longo do texto. Tal monitoramento se apresenta como mais um exemplo da busca pela legitimação do movimento através da mídia e reforça, mais uma vez, a crença de que estamos diante de um caso de dependência mútua entre o jornalismo e o movimento social. Um demanda a discussão do outro, num agenda-*setting* de mão dupla.

Nas demais publicações analisadas, também se observa essa tendência ao agendamento mútuo. Na publicação 5, temos novamente a divulgação de um link para acesso a uma reportagem. Mas desta vez, a repercussão foi positiva para o produto midiático, pois contou com a aprovação dos membros, como se vê através do comentário "estaremos lá!" e das cinco "curtidas" que a postagem recebeu.

Na publicação 6, também é possível observar a aprovação dos membros do grupo à publicação de uma reportagem sobre o evento. Desta vez, sete pessoas "curtiram" a postagem e os comentários convidam para que seja acompanhada também a cobertura jornalística do canal televisivo RedeTV. No primeiro comentário, uma usuária pergunta se "alguem tem o link do video?". Vê-se aí a preocupação com esse acompanhamento, além de certa vontade em catalogar as publicações jornalísticas sobre o evento através da postagem dos links na página do grupo.

Seguindo para a publicação 7, percebe-se a continuidade do que foi observado nas publicações 5 e 6, o que já pode representar uma tendência à aprovação, por parte dos membros do grupo, do fato de o movimento ter sido mencionado na mídia. Esses membros comemoram tal aparição, como se acreditassem que dependem disso, de alguma forma, para a legitimação do movimento perante a sociedade.

Observa-se que sete pessoas "curtiram" a publicação, mas o que realmente chama a atenção é o primeiro comentário, no qual fica clara a necessidade de afirmação do movimento através da mídia. Primeiro, temos a aprovação das informações que foram veiculadas na reportagem, como traz o trecho "Ficou muito massa a matéria!". Mas quando partimos para o segundo trecho do comentário, que diz "Vamo simbora!", vê-se que a publicação da reportagem dá nova força ao movimento, como se esta servisse de estímulo e de mote para a continuidade da mobilização destes indivíduos/ membros.

Novamente, na publicação 8, temos a aprovação por parte dos membros do grupo através de "curtidas" (no caso, foram seis), mas especialmente através do último comentário: "é só riquezaaaaaaaaaaaaaaaaaa". Neste comentário, fica clara a ideia de que, para o movimento, é uma honra servir de base para publicações jornalísticas. Assim, mesmo que de modo inconsciente, os membros do grupo se encontram, mais uma vez, em um agendamento mútuo, pois ao mesmo tempo em que pautam a notícia do jornal, também são pautados pelas publicações dele. Seria plausível, ainda, a investigação de um agendamento de ordem tripla, já que os ativistas do grupo têm sua discussão pautada pelas notícias que foram pautadas ao jornal por eles mesmos.

Na publicação 9, temos outro exemplo do estímulo de continuidade do movimento de que já falamos, mesmo que de modo mais tímido e menos evidente. Nesta publicação, do dia 25 de maio de 2012 (um dia antes do evento organizado pelo grupo), a única indicação de aprovação ao conteúdo da reportagem são as duas "curtidas" que a postagem recebeu. Assim mesmo, só o compartilhamento do link para acesso à reportagem já seria um indício do que estamos expondo como necessidade de legitimação do movimento através da mídia.

O mesmo tipo de aprovação é observado nas três últimas publicações analisadas. Na publicação 10, vê-se que três membros do grupo "curtiram" a postagem, mas não houve nenhum comentário. Nas outras duas postagens, apenas uma pessoa "curtiu" cada publicação e, coincidentemente, trata-se do mesmo membro do grupo, o que poderia indicar que é uma pessoa mais preocupada com essa legitimação, embora não tenhamos dados suficientes para comprovar tal sugestão.

Um detalhe importante a ser observado é que estas três publicações foram as únicas realizadas no dia 27 de maio, um dia após a realização do evento. Assim, é interessante notar que as publicações que precedem o dia da Marcha são dotadas de maior participação dos indivíduos, maior interatividade. Esse pode ser um indício de que, passado o evento, o papel da mídia estaria acabado perante os membros do grupo, pois já não é necessária a legitimação perante a sociedade, mas só entre os próprios membros, como um exercício para o ego. A função do jornalismo seria a de chamar mais pessoas para a causa do movimento e, uma vez passado o evento, esta função estaria exaurida.

5. Considerações finais

A experiência do netativismo se apresenta como uma oportunidade para que os indivíduos se envolvam num diálogo democrático utilizando uma plataforma de seu domínio. A partir do momento que se organizam e que o debate sai da rede para ganhar as ruas, a mídia corporativa procura o grupo, em busca da notícia. É possível dizer, então, que as notícias estão sendo, em alguma escala, moderadas pelos leitores.

A partir da observação das publicações no Facebook da "Marcha das Vadias – Recife", foi possível perceber que a relação estabelecida entre mídia e agentes sociais está se tornando estreita, de modo que se vê a silhueta de uma parceria entre jornalismo e ativismo. É importante deixar claro que não consideramos tal apoio por parte da mídia como altruísta e livre de interesses. Como foi dito, o jornalismo ganha duplamente ao estabelecer uma "parceria" com o movimento social, pois passa a dispor de colaboradores e leitores dentro do mesmo grupo. É preciso lembrar que o grupo de ativistas também tem seus próprios interesses em pauta, o que nos leva de volta à ideia de um agendamento mútuo.

Com o crescente sentimento de instantaneidade trazido pela sociedade da informação, esse agendamento parece se intensificar, pois há sempre a urgência, por parte do webjornalismo, de conseguir e publicar notícias, tudo para dar a impressão de "tempo real". Assim, o jornalismo se amarra em uma dependência, não necessariamente boa ou ruim, em relação ao netativismo e à maioria dos campos e temas passíveis de se tornarem notícia.

A novidade aqui não é a dependência mútua por si só. Esta já se mostrou em outros momentos da história dos meios de comunicação. O que nos é pertinente investigar é a

aparição desta dependência no novo contexto comunicacional advindo das redes digitais, do qual tanto o webjornalismo quanto o netativismo são exemplos.

Sendo assim, somando a velocidade para publicar as notícias e a pressão do "tempo real" à necessidade de manter uma ponte entre o leitor-autor e o jornalista, reafirmamos a presença tanto do agenda-*setting* às avessas quanto do "tradicional" na relação entre jornalismo e ativismo na internet. Afinal, como explicado durante o presente trabalho, o webjornalismo pauta a discussão dos membros do grupo de ativistas no Facebook, mas também é pautado pelos membros do grupo, inclusive através da própria discussão que instaurou entre eles.

REFERÊNCIAS

BELL, David; D.LOADER, Brian; PLEACE, Nicholas; SCHULER, Douglas. ***Cyberculture: The Key Concepts***. London: Routledge, 2004.

CARDOSO, Gustavo. **A Mídia na Sociedade em Rede**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

DANTAS, Ivo. **A empresa jornalística e as redes sociais: estudo de caso do modelo de integração entre o Portal NE10 e as ferramentas sociais.** Trabalho apresentado no Integracomuni. Recife, 2011.

DI FELICE, Massimo. **Netativismo: novos aspectos da opinião pública em contextos digitais**. Revista Famecos. Porto Alegre, v. 19, n. 1, p. 27-45, janeiro/abril 2012.

_____. **Paisagens pós-urbanas:** o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar. São Paulo: Annablume, 2009.

_____. (Org.). **Do público para as redes**. A comunicação digital e as novas formas de participação social. São Paulo: Ed. Difusão, 2008.

FERREIRA, Giovandro Marcus. As origens recentes: os meios de comunicação pelo viés do paradigma da sociedade de massa. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs.). **Teorias da Comunicação – Conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

MACHADO, Elias; **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=machado-elias-ciberespaco-jornalistas.html. Acesso em: novembro 2012.

MANHÃES, Eduardo. Análise do discurso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

McQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

MININNI, Giuseppe. **Psicologia cultural da mídia**. São Paulo: A Girafa Editora: Edições SESC SP, 2008.

NJAINE, K.; MINAYO, M. C. de S.. **Análise do discurso da imprensa sobre rebeliões de jovens infratores em regime de privação de liberdade**. Ciência & Saúde Coletiva, 7(2):285-297, 2002.

PALACIOS, Marcos. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro.** Trabalho apresentado no Redecom. Salvador, 2002. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf. Acesso em: outubro de 2012.

PEREIRA, Eliete da Silva. **Mídias nativas digitais e netativismo ecossistêmico – o caso da Rede Povos da Floresta**. Trabalho apresentado no IV Simpósio Nacional da ABCiber. 2010. Disponível em: http://www.abciber2010.pontaodaeco.org/trabalhos. Acesso em: setembro de 2012.

RIBAS, Beatriz. **Características da notícia na Web**: considerações sobre modelos narrativos. Trabalho apresentado no II Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor. Salvador, 2004. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_caracteristicas_noticia_web.pdf . Acesso em: novembro de 2012.

ROCHA, Paula Jung. **Jornalismo em tempos de cibercultura:** um estudo do clicRBS. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2006. Disponível em: http://www.ufrgs.br/infotec/teses07-08/resumo_7058.html. Acesso em: agosto de 2012.

ROCHA, Paula Jung; MONTARDO, Sandra Portella. **Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura**. E-Compós – Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, nov. 2005. Disponível em: http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/55/55. Acesso em: setembro de 2012.

SANTOS, Fernando Jacinto Anhê. **O ciberativismo como ferramenta de grandes mobilizações humanas:** das revoltas no Oriente Médio às ações pacíficas do Greenpeace no Brasil. São Paulo: 2011. Disponível em: www.usp.br/anagrama/AnheSantos_ciberativismo.pdf. Acesso em: outubro de 2012.

THOMPSON, John B.. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2003.

Links

Publicação 1
<https://www.facebook.com/groups/193449484036399/372408716140474/> Acesso em: 3 novembro de 2012.

Publicação 2
<https://www.facebook.com/groups/193449484036399/permalink/372794092768603/> Acesso em: 3 de novembro de 2012.

Publicação 3
<https://www.facebook.com/groups/193449484036399/permalink/374040985977247/> Acesso em: 1 de novembro de 2012.

Publicação 4
<https://www.facebook.com/groups/193449484036399/permalink/374038295977516/> Acesso em: 1 de novembro de 2012.

Publicação 5
<https://www.facebook.com/groups/193449484036399/permalink/372708479443831/> Acesso em: 1 de novembro de 2012.

Publicação 6
<https://www.facebook.com/groups/193449484036399/permalink/374767739237905/> Acesso em: 3 de novembro de 2012.

Publicação 7
<https://www.facebook.com/groups/193449484036399/permalink/373959565985389/> Acesso em: 29 de outubro de 2012.

Publicação 8
<https://www.facebook.com/groups/193449484036399/permalink/374011582646854/> Acesso em: 3 de novembro de 2012.

Publicação 9
<https://www.facebook.com/groups/193449484036399/permalink/374208952627117/> Acesso em: 1 de novembro de 2012.

Publicação 10
<https://www.facebook.com/groups/193449484036399/permalink/375080362539976/> Acesso em: 1 de novembro de 2012.

Publicação 11
<https://www.facebook.com/groups/193449484036399/permalink/375082819206397/> Acesso em: 29 de outubro de 2012.

Publicação 12
<https://www.facebook.com/groups/193449484036399/permalink/375018389212840/> Acesso em: 29 de outubro de 2012.

Grupo “Marcha das Vadias – Recife”
<https://www.facebook.com/groups/193449484036399/permalink/374011582646854/> Acesso em: novembro de 2012.